

印刷会社と地域活性化

小林 織恵 JAGAT 研究調査部

共感者を増やし地域全体のブランディングを図る

「地域貢献」を謳い続ける印刷会社の挑戦

株式会社日相印刷

「地域に貢献できる会社でありたい」。強い想いを社名に込め、地域のあらゆる顧客の期待に応えながら、地域の発展と共に成長し続けてきた株式会社日相印刷。後継者で現・プランニングマネージャーの荒井慶太氏は、明確な答えの出ていない印刷業界の環境を、新しい挑戦がしやすい面白い環境と捉え、社内外の共感者を増やしながらか地域貢献の役立つ企画・商品を生み出している。



市制施行60周年記念商品「～パズルで覚える さがみはら～学習パズル『びーしーず』とクイズカード

創業時から地域貢献を意識

神奈川県・相模原市は、山や川、湖など豊かな自然を有する「自然都市」、首都圏南西部の「産業都市」、市内・周辺都市に大学が多く学生が集まる「学園都市」、そして「はやぶさ2」のJAXA相模原キャンパスなど宇宙科学の研究拠点が集まる「宇宙都市」と、多面的な魅力を持つ。2007年3月の合併で人口は70万人を超え、2010年4月に戦後誕生の市として初の政令指定都市となった。2014年6月には圏央道高尾山IC-相模原相川ICが開通、中央道と東名高速、関越道が直結し、新たな交通・物流・観光の潮流が生まれた。最近ではリニア中央新幹線の新駅設置工事も始まるなど、今後大きな経済発展

が期待される注目の都市だ。

その相模原市で印刷業を営むのが、1964年6月創業の日相印刷工業有限会社を前身に持つ株式会社日相印刷だ。「社名の『日相』は、『日本の相模』から生まれた社名。ここには、印刷という紙メディアを通して「地元相模原」に貢献したい、という創業者の想いが込められています」と、プランニングマネージャーの荒井慶太氏は話す。

創業当時から「地域貢献」を基本に、民間企業はもちろん、公共機関や大学、病院と、地域内を中心に取引先を拡大、さまざまな顧客ニーズに応えてきた。1982年には現在地に本社・工場を新設するとともに社名を株式会社日相印刷と改めた。データ変換ソフト『相太

郎』『小太郎』の自社開発やDTP化などデジタル化にいち早く対応、ISOやプライバシーマークなど多くの認証を取得するなど、地域における先進的な印刷会社として地位を確立してきた。

50周年を機に自社を見つめ直す

創業50周年を迎えた2014年7月には、塾・ミュージカル・イタリアンレストランなどを手掛ける会社で多岐に渡る職域を経験した荒井氏が入社、100周年につながる51年目を歩むべく、新たな取り組みがスタートした。

「まず初めに事業スタンスを見直し、掘り下げました。その中で、全社員に創業当時の想い『印刷メディアを通して地元相模原に貢献する』を再認識してもらうため、「日本の相模から世界へ」を目標に、相模原と共に成長する印刷メディアカンパニーを目指す、と宣言しました」。

「印刷メディアカンパニー」では人により捉え方の差異が生まれるため、「紙にこだわる印刷メディアカンパニー」「相模原を基盤にするグローバルカンパニー」「業種を越えたネットワークを持つクロスメディアカンパニー」「製造×メディア×サービス業としてのインベーションカンパニー」という4つの顔を提示、具体化して、分かりやすく伝えることに努めた。さらに、新しいビジョンと、「みんなが、幸せになれる街、相模原」を目的にした「相模原WIN-WIN計画」を策定、ホームページもリニューアルし、取引先など社外への周知も開始した。このホームページリニューアルの際に企画したのが、相模原応援特設コーナーの設置である。

組織の壁を越えた新しい試み

「事業スタンスの見直しやビジョン改定と合わせ、社員一人ひとりと話す機会を持ちました。その際、優れた資質を持つ社員が多いと気づき、社内にプロジェクト制を導入、ホームページリニューアルの企画も募ったのです」。

その際に社員から出てきた案を荒井氏が肉付けし、具体化したのが、相模

原のキャラクター・シンボルマークや市章・ロゴを一元化した特設サイト案だ。これらはすべて相模原に由来、盛り上げるために作成されたはずが、横のつながりはほぼ無く、それぞれ独立して運営されている。散らばる点と点を結ぶことで相乗効果を生み、互いが利益を得られる関係の基礎を築ききっかけになると考えた。

市内には官民多くのキャラクターが存在するが、まずは公共機関22団体に掲載申請をすると、共感から紹介が生まれ、高校や小学校のスクールキャラクターまで対象になった。その後わずか1カ月ですべての掲載許可を取得、市内では初めてのことだった。

現在では25団体のキャラクター・ロゴなどが総合的に掲載されるサイトになっている。この取り組みによって、地元公共機関が日相印刷の理念を知るところとなり、「市制施行60周年記念商品」作成の提案が舞い込んだ。

「紙」にこだわって商品を企画

記念商品の企画で重視したのは、前出の「相模原WIN-WIN計画」だった。「みんなが幸せになれる街、相模原」を実現するため、相模原を全国区、世界区にすると目標を掲げ、その手段として相模原に関連するすべての企業をブランディング、「相模原」全体のブランディングにつなげる。この考えに基づき、特に「教育」「文化」「福祉」の3つに焦点を絞り、これらの活性化につなげることを前提に印刷会社らしさを加味したアイデアを練った。そこで生まれたのが、「紙」に「触れる」効果、「紙触効果」にこだわり、上記3点の活性化を促す「パズル」の提案だった。

「パズルは子供のモノ、と思われがちですが、教育・文化・福祉の切り口で考えると、子供から大人まで共に楽しみ、学べるツールに仕立てられると分かりました」。

全年齢を対象に、教育効果（遊びながら相模原を記憶、留学生などの学習ツール）、文化効果（外国人観光客土産、留学先で自己紹介土産）、福祉効果

（脳トレ、認知症防止）を持ち、相模原の活性化に貢献できる商品だと市職員へ提案するとすぐに採用、商品名は、社内募集し、Piece (peace) Connects Sagamiharaの頭文字を取った「びーしーず」とした。

パズルで覚える相模原

相模原22地区、緑・中央・南区のシンボルマーク、4つのマスコットキャラクターと計29ピースからなる「びーしーず」は、「紙ベースの地域情報プラットフォーム」という位置付けから無地にしている。最初は、スピードを競うパズルゲームとして親しみ、相模原の地区名やシンボルマークなど基礎を覚える。その後、特典の各地区に関するクイズカードで地域情報を楽しみながら蓄積、最終的には新しい問題を生み出し発表するなど、昨今注目される「アクティブ・ラーニング」の1ツールに発展する可能性を秘めている。

「詳細な地域情報が印刷されたパズルでも飽きずに楽しめるのは数回～数十回。無地の地図型パズルとクイズカードで地形図や路線図、商業・産業・工業や特産物、祭りなど、相模原の情報を無限に集め、仲間と共有し深め、楽しみながら使ってほしい。相模原を盛り上げ、よりよい地域づくりに少しでも役立てれば」。

また、リアル（パズル）とパッチャル（Web）を連動、商品世界に広がりを持たせ、「びーしーず」を使った遊び・学びをサポート、ネットワーク化し、プレイヤー同士がコミュニケーションを取り合える仕組み「びーしーず情報局」も開設している。

さらに、市を通して市内のこどもセンター・児童館など約100カ所へ寄贈し、2月には多くの子供の手に触れ、実際に「遊び・学び・つながる」仕組みが動き始める。

70万人都市で展開する23名の挑戦

わずか半年で新しい地域密着型サイトを立ち上げ、新商品を企画・発売、地域のあらゆる団体・企業と新しい関

係を築きながら信頼関係を深める日相印刷だが、それが実現できる2つの理由がある。

一つは、創業当時から地域貢献を謳い、地元顧客との取引を重視していたため地域内での評判・知名度が高く、日相印刷が手掛ける「地域貢献」の取り組みが自然に受け入れられる土壌が出来上がっている、という点だ。

2つ目は、荒井氏自身が他業界でさまざまな経験を重ね、従来の「印刷会社」の枠にとらわれぬ目線を持つことで、社員に新しい可能性を見出し、能力をうまく引き出しながら、世の中に必要とされる企画や商品、取り組みへとアレンジしている点である。これらは、印刷会社が地域活性に取り組む上で、非常に大きなメリットになる。

現在の印刷業界を「既定路線が崩れたからこそ、新しいことにチャレンジできる。非常に面白い環境」と捉える荒井氏の中には、聞いているだけで心躍るような、地域を盛り上げる「アイデアの種」があふれている。

地域を盛り上げるためには、社内外に共感者を増やしながらか協力体制を強化、地域に関わるすべての会社のブランドを向上させ、地域全体のブランドを押し上げる必要がある。日相印刷の新たな挑戦は、まだ始まったばかりだ。

株式会社日相印刷

- 会社名=株式会社日相印刷
- 設立=1964年6月6日
- 代表取締役社長=荒井功
- 事業内容=企画・デザイン・総合印刷・各種製本前項に付帯する業務
- 事業所=〒252-0328 神奈川県相模原市南区麻溝台8-2-7
- TEL=042-748-6020 ●FAX=042-748-6126
- URL=http://www.print-nisso.com/



荒井慶太氏